

《研究ノート》

コンテンツツーリズム研究の展開と
地域活性化の可能性

三 輪 柊 果・天 野 太 郎

1 : はじめに

近年、さまざまな地方自治体において「地域活性化」の重要性が提唱されている。なかでも観光の視点から地域活性化を実施している例としては、限界集落への若者の呼び込みをおこなっている新潟県十日町¹⁾、UFOによるまちおこしなどの取り組みをおこなっている石川県羽咋市²⁾や、アニメの舞台となったことをきっかけにいわゆる「聖地」として全国からファンを呼び寄せた埼玉県久喜市³⁾などが挙げられる。これらの自治体は、地域の資源や特徴を活かしてブランド化し、地域全体の知名度を上げることに成功している。

そのなかでも特に注目されているのは、『らき☆すた』の聖地になった、埼玉県久喜市の事例である。この事例をきっかけに、現在日本各地で映画、ドラマ、アニメなどの「聖地巡礼」を活用したまちづくりやまちおこしの試みがおこなわれている。このような観光現象は「コンテンツツーリズム」と呼ばれている。コンテンツツーリズムについて、増淵(2010)は、映画やドラマのロケ地、マンガやアニメの原作地に観光客が集まり、コンテンツを通して熟成された地域固有の「物語性」「テーマ性」を観光資源として活用する観光のあり方がコンテンツツーリズムであると指摘している⁴⁾。さらに2000年頃から、コンテンツツーリズムは各地における地域振興の観点からも注目を集めている。

ここでコンテンツツーリズム研究を概観していく上で重要な作品である『らき☆すた』⁵⁾についてみていきたい。『らき☆すた』とは美水かがみによる4コマ漫画である。KADOKAWAの月刊ゲーム雑誌『コンプティーク』⁶⁾において2004年1月号より連載されているほか、『コンプエース』など数誌で掲載されている。『らき☆すた』は、埼玉県久喜市を舞台に京都アニメーションによってアニメ化された。

この作品が放送されたのは、2007年4月から9月であり、テレビ埼玉、TOKYO MX、KBS京都、TVQ九州放送など16の地域で放送された。放送されたのは全国放送(キー局)ではなく、基幹放送(ローカル局)であった。しかし、放送以降、「聖地」となった埼玉県鷲宮町(現久喜市)は観光客が爆発的に増加した。『らき☆すた』の舞台として、鷲宮神社⁷⁾が使用され、2007年に12万人だった初詣客が2008年に30万人、2009年には42万人に増加した⁸⁾。

コンテンツツーリズムに関しての学術的研究としては、北海道大学大学院観光学高等研究センター文化資源マネジメント研究チームが数々の論文を発表している。嘉幡(2010)はアニメ聖地巡礼の事前行動の中で動機形成の際の必要な情報としての分析を進展させ、聖地巡礼行動の生起要因について理解するための実験的検討を提案している⁹⁾。さらに情報のつながり方や視

聴者が聖地巡礼の行動に結びつくまでのプロセス、メカニズムを分析し、アニメ視聴に関連して起こる内観や行動の変化についての観察調査型の実験と、アニメ視聴時の視覚情報処理過程に焦点を置いた認知心理学実験を提案している。

また岡本(2012)においては、地方の地域活性化の可能性が論じられ、コンテンツツーリズムは、多くの若者にとって親しみやすい社会現象であると指摘されている¹⁰⁾。さらに山村(2013)は、情報社会におけるツーリズムとは、文化遺産や美しい資源と同様に「情報」＝「コンテンツ」の価値を認め、コンテンツツーリズムには大きな可能性がある¹¹⁾と論じている。ただし、これらの研究はアニメを多く対象としており、対象となる作品が限られているのが現状であり、映画やドラマに関する研究事例は管見の限り少ないのが現状である。

コンテンツツーリズムと総称される事例が多くなったのは、日本においては2000年代になってからであるが、海外においては広義におけるコンテンツツーリズムに関する歴史は長い。コンテンツツーリズムとしての代表的な作品が『ローマの休日』である。1953年に『ローマの休日』¹²⁾が公開され、世界中で巻き起こったトレンドとなり、現在に至るまで長く続く観光現象である。映画に出てくる真実の口¹³⁾、テレビの泉、スペイン広場¹⁴⁾、パンテオン、コロッセオ、サンタンジェロ城、ヴェネツィア広場など、ローマを代表とするスポットが数多く登場する。真実の口はそれまであまり観光地化されていない場所であったと思われるが、『ローマの休日』が公開されて以降、観光客が増えた。

日本においてもコンテンツツーリズムに関する事例は存在する¹⁵⁾。1980年代から約20年、北海道富良野地域を舞台とし、放送された『北の国から』や、『ラブレター』、『世界の中心で愛を叫ぶ』、『冬のソナタ』等は、ファンが舞台となる地域に訪れ、追体験しようとする例が存在する。映画やドラマが話題となり、放送されるまでは観光地ではなかった場所が、物語性が付加されることで、観光客が訪れるようになるのである。

このように、コンテンツツーリズムはこれまで観光地化されていない場所を新たなコンテンツとして生み出すことで、その地域の魅力が増す可能性を秘めている。そこで、コンテンツツーリズムの現状と課題、そしてコンテンツツーリズムを通してこれからの新たな地域活性化につながる可能性について考えていく。

2：先行研究の動向とこれからの課題

コンテンツツーリズムにはさまざまな要素が含まれている。日本におけるコンテンツツーリズム史として、コンテンツツーリズムの具体的な起源は明らかになっていない。しかし、増淵(2010)や小野坂(2017)は少なくとも和歌の中で使われる地名である「歌枕」まで遡ることができると考えている。歌枕を巡る旅が鎌倉期以降日本においておこなわれており、さらに、中世以降も歌物語や紀行文を中心として、さまざまな媒体で物語と旅が結び付けられていく。そして、庶民も富裕化した江戸時代後期には十返舎一九による『東海道中膝栗毛』にみられるような寺社や作品舞台地巡礼の旅が存在し、滑稽本としてだけでなく、伊勢参りのガイドブックとしての役割も果たしている¹⁶⁾。このように、コンテンツツーリズムにおける観光行動は現代の現象と思われるが、歴史的な視点からもこのような観光現象をみることができる。

戦後、大衆映画の流行やテレビの普及をきっかけとして、映像作品のロケ地を訪れる観光がおこなわれるようになる。そして21世紀以降の日本では、コンテンツツーリズムは観光形態の一つとなっている。映画やドラマのゆかりの地をめぐる旅を、近年では「フィルムツーリズム」、「シネマツーリズム」、「ロケツーリズム」という呼称が普及している。2000年には大阪府に日本初のフィルム・コミッションが設立され、2005年の「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」において、「コンテンツツーリズム」という用語が使用された。ここにおいて、「コンテンツツーリズムの根幹は、「地域にコンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」として「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用することである。」と定義している¹⁷⁾。さらに、2007年には、日本の「観光立国推進基本計画」でもニューツーリズムの一つとして取り上げられている¹⁸⁾。このように、コンテンツツーリズムは国内各地で映画やテレビドラマ、テレビCMのロケ地誘致が盛んになった。こうした従来のフィルムツーリズムから、さらに、近年ではアニメ作品のロケ地またはその作品・作者に関する土地で、かつファンによってその価値が認められている場所＝「アニメ聖地」を訪れる旅行形態のことを「アニメツーリズム」という¹⁹⁾。2000年代半ば以降、アニメや漫画の舞台と比定されるモデル地を宗教上の聖地になぞらえた「聖地巡礼」が流行し、メディアにも取り上げられるようになった。聖地巡礼の研究として、アニメは普段の生活の中で話題を耳にすることも多くなり、もはや単なるサブカルチャーとは言えなくなっているのも現状である。さらに、現代社会において、情報化が著しく発展を遂げており、パソコンやスマートフォンをはじめとする情報機器は、一般家庭まで普及している。特にスマートフォンで情報を受け取ることが主流となったことで、個々の興味関心に合わせて、情報を収集することができるようになった。また、さらには個々での情報の発信も可能となり、情報の受け手の観光意欲を促進していく。こうして、情報社会における旅行行動が変化してきているのが現状である。

アニメのファンの中には、ただアニメを見るだけでは飽き足らず、作中の舞台となった場所へ訪問する熱心なファンがいる。こうした行動を聖地巡礼という。聖地巡礼やアニメツーリズムで地域振興やまちおこしの可能性があるといった研究がある。聖地巡礼は地域に「聖地」という新たな資源を生み出し、あるいは既存の資源に付加価値を与えることができ、財政難や少子高齢化等の課題において、特に地方の自治体で抱えている問題を解決でき、それを活用することでまちおこしをしようとする流行が生まれた。増淵(2010)によるとコンテンツツーリズムは大衆による画一的で大規模な観光行動(マスツーリズム)にはなりにくく、「個人の動機において旅行行動が行われるという点では消費者の指向性が多様化した現代を象徴したツーリズムとして捉えることができる」と指摘している²⁰⁾。また、近年では、2016年に公開された新海誠監督の長編アニメーション映画『君の名は。』²¹⁾が日本歴代興行収入ランキング4位²²⁾となり、作品の舞台となった岐阜県飛騨市にファンが殺到するなど、アニメ作品の「聖地巡礼」はますます注目されるようになってきている。

岡本(2009)は聖地巡礼という言葉がいつから生まれ、一般的に聖地巡礼という言葉が使われはじめるようになったのかについて分析を行い、アニメ聖地巡礼の行為の始まりと誕生時期が

いつ頃なのかを明らかにしている²³⁾。そして牧(2019)はアニメにおける聖地巡礼の現状とその可能性について、アニメを熱狂的に消費する「アニメオタク」と呼ばれる人々の消費行動の中でも、二次元の世界を現実結びつけて、旅行行動を行うコンテンツツーリズムの点から論じている²⁴⁾。

しかし、これらの先駆的かつ重要な視座を有する研究には、いくつかの課題が指摘できる。日本における近年のコンテンツツーリズムに関する研究は、それ自体が特徴的な素材であるため、またそのことを主テーマにしているためやむを得ない部分があるものの、アニメにやや偏っているところがあるのではないかと考えられる。対象となる作品が限られており、ドラマや映画の事例がその重要性に比して管見の限り事例が少ないのが現状である。さらに、聖地巡礼による「アニメツーリズム」研究は2000年代になってからおこなわれるようになってきているため、作品と地域とのかかわりを長期的な視点で考察していく場合、研究対象となる期間が短いという制約がどうしても生じてしまう。また、アニメは作品によって聖地に比較的近い場所とそうでない場所とに分かれるのではないだろうか。アニメは架空の地域をモデルに作っているからこそ、聖地がどこに存在するのかファンの間で議論されることも多い。聖地となりやすいアニメの作品として、『らき☆すた』や『聲の形』²⁵⁾、『響け！ユーフォニアム』²⁶⁾などがある。聖地巡礼を引き起こした成功した例である。これらの作品は京都アニメーション²⁷⁾によって製作されている。京都アニメーションは他のアニメーション会社とは異なり、実際の場所を写真で撮影し、そして絵を描いていくのだ。アニメの背景をリアルに近づけているのである。例えば、『涼宮ハルヒの憂鬱』²⁸⁾で舞台となった兵庫県立西宮北高等学校は、学校の外観や昇降口、校庭など、アニメの背景と実際の場所とかなり酷似している。さらに、2019年に公開される映画『HELLO WORLD』²⁹⁾は京都を舞台に描かれている。映画のポスターは喜撰橋であり、伏見稲荷大社や京都タワー、東寺の五重塔等が背景に描かれている。これらの作品は、描かれるさまざまな場所や風景が現実性における描写力が高く、舞台となった場所が明らかであることで、ファンは聖地巡礼をおこなうことができるのではないかと考えられる。

反対に「聖地」となりにくいアニメは、例えば、世界的にも有名である宮崎駿監督のスタジオジブリの作品であり、聖地がどこにあるのかという議論されている³⁰⁾。製作する作品の世界観の基盤にファンタジーを置くことが多いことから、様々な地域が部分的に取り入れられていることがほとんどであるためである。これらのことからスタジオジブリの作品の多くは聖地とはなりにくいのだ。また、映画『耳をすませば』³¹⁾の舞台となった東京都多摩市における事例などを除けば、スタジオジブリは直接的な地域振興についてはあまり積極的ではないと考えられる。

また、興行収入が38億円を超える大ヒットになった新海誠監督の作品『君の名は』では、大ヒットの余波でファンが映画のモデルとなった場所を訪れる聖地巡礼が過熱化し、周辺住民への迷惑行為が問題視され³²⁾、映画の政策委員が公式ホームページ上で注意を呼びかける事態となった。このように、作品を通して地域に観光客が増え、活性化につながる可能性がある一方で、混雑や迷惑行為などが発生する負の効果があることも指摘できる。

3：コンテンツツーリズムの現状と課題

コンテンツツーリズムの定義とは、先述したように、2005年の「映像等コンテンツの制作・活用による地域振興のあり方に関する調査」において、コンテンツツーリズムという用語が使用された。ここにおいて、「コンテンツツーリズムの根幹は、「地域にコンテンツを通して醸成された地域固有の雰囲気・イメージ」として「物語性」「テーマ性」を付加し、その物語性を観光資源として活用することである。」と定義している。また、映画やドラマを対象としたフィルムツーリズムやアニメを対象としたアニメツーリズム等のさまざまな呼称があるが、本稿では便宜上、以下「コンテンツツーリズム」で統一して表記する。

コンテンツツーリズムとは、映画やドラマ、マンガ、アニメ等のテーマ性や物語性、登場人物などがきっかけや動機となる旅行行動のことで、そのコンテンツと関わりのある地域や場所を訪れ、登場人物の人生や感情を追体験したり、印象に残る場面を訪れたりすることで、作品世界と自分との一体化をおこなう行為である。前述のとおり、アニメや漫画等のコンテンツ作品に登場する舞台や登場人物ゆかりの地へと実際に足を運び、ファンが押し寄せる「聖地巡礼」という旅行行動がある。この聖地と呼ぶようになったきっかけとして音楽とも関係していることがわかった。そこで、音楽と聖地巡礼の関係を調べると、「ビートルズ」³³⁾が1969年に発表した12作目アルバムの「Abbey Road」のCDジャケット写真にもなっている横断歩道には、世界中から「ビートルズ」と同じ場所、同じポーズで写真を撮るためにイギリスへと訪れるファンがいる。日本においても、映像が加わったミュージックビデオにおいて、またアイドルというジャンルにおいても同じような傾向が見られる³⁴⁾。音楽とアイドルにおける聖地としての違いとして、コンサートを行った会場や頻繁にライブなどを行う会場なども聖地と呼ばれる。SKE48の例として、定期的に公演を行っている名古屋市栄のサンシャイン栄が聖地と呼ばれており³⁵⁾、また5作目のシングルである「バンザイ Venus」では、ロケを実施した大須商店街において同じアングルで写真撮影をするファンも発生した。ライブをおこなう会場だけでなく、「モーニング娘。」の6枚目のシングル曲「ふるさと」のプロモーションビデオ(PV)においては、ロケ地の1つとして登場している北海道美瑛町もファンにとって聖地となっている。特にアイドル業界は盛り上がりを見せているだけに、「モーニング娘。」、「AKB48」、「ももいろクローバーZ」、「乃木坂46」といった人気グループの聖地に訪れるファンは多いであろう。このように音楽と聖地の関係として、CDのジャケット写真やライブ会場、プロモーションビデオなどが聖地となり、フィルムツーリズムやアニメツーリズムとは異なった場所が聖地となっている。

現在のコンテンツツーリズムは単に観光学としての文脈だけでなく、地域の再生や活性化と結びついている点が重要である³⁶⁾。『らき☆すた』はさまざまな聖地巡礼の中でも特に多くのファンを呼び込む事に成功し、さらには継続的な町おこしのイベントを開催するなどして、そのブームが一過性とならないように工夫している。また先行研究でも指摘されているように、久喜市の商工会議所や観光協会が熱心な取り組みをおこない、さらには『らき☆すた』を出版している角川書店も関与していることから、多くの人々や企業の協力があつたことが成功の背

景となっていることが指摘されている³⁷⁾。ファンによる自発的な観光行動だけでなく、地元行政や民間企業、地域住民の積極的な参画が重要となっている。松本(2019)においては、地域がコンテンツの価値をより長期的な視点で、かつ間接的・波及的な効果も含めてブランドとして評価し、将来も見据えた投資を行うことができるかどうか、「聖地」を一過性のブームとせず、継続的な価値創出のメカニズムの一環として組み込めることができるかどうか重要であると指摘している³⁸⁾。

有名な観光資源を保有している地域であれば、特に積極的なイベントなどを行って観光客を誘致しようと努力しなくてもよいであろう。反対に、観光資源を保有しない地域では観光客を呼び込むために、模索しなければならない。しかし、映画やアニメ等の舞台となることで、特に有名なスポットでない場所であっても、聖地となることで、観光資源がない地域でも十分にまちおこしが可能となる。コンテンツツーリズムによるまちおこしは、このような点で地域活性化の有益な方法となっている。今日では観光の新たな情報発信や地域振興の手段として評価されつつある。

しかし、コンテンツツーリズムにも、いくつかの課題が存在することが指摘できる。以下にその課題について触れていきたい。

まず第一に、映画やドラマ、アニメの舞台となることで、その地域に負のイメージがつく影響がある。中谷(2007)は直接的影響として、メディア(観光ガイドブック、観光パンフレット、旅行雑誌、旅行番組)の影響がある一方で、映画、ドラマは従来のイメージに加えて新たな観光地のイメージが構築されたり、そもそも観光地とは見なされてこなかった場所がガイドブックに掲載され、新たに観光地化される可能性を含んでいると述べている³⁹⁾。

1989年のアメリカ合衆国のアクション映画『ブラック・レイン』⁴⁰⁾は大阪の街を舞台に日本、アメリカの刑事たちが協力してヤクザと戦う物語を描いた。ハリウッド映画であったことから、映画を見た世界中の人々は、日本の大阪という街に対して広く「怖い」イメージがついたのではないかと考える。また、リドリー・スコット監督による『ブラック・レイン』は松田優作の最終出演作としても大きな反響があったにもかかわらず、以降ハリウッドから大阪をロケ地として使われることが30年近くなかった。しかし、ジョン・ウー監督により2018年2月9日に公開された『追捕 ManHunt』という映画の舞台は、大阪を中心として奈良、岡山である⁴¹⁾。かつて『ブラック・レイン』の反響から、海外から続々と大阪へロケに訪れることが期待されたが、撮影時の規制のあまりの多さに監督が怒り、こうした大阪のマイナスイメージが海外の映画界にまたたくまに広まったとされている⁴²⁾。さらには対象となった大阪においても、映画で描出される大阪の風景は必ずしも良いものではなく、ヤクザ、犯罪といったイメージが強く存在するため、観光という意味においても良いものであったとは必ずしもいえない。このようにして、ロケ撮影に対する国内外の認識の違いや、映画の作成主体と、その舞台となった地域との相互の理解不足がこうした事態を招いたものと考えられる。こうした経緯から大阪フィルム・コミッションは2000年、前身の大阪ロケーションサービス協議会が日本初のフィルム・コミッションとして発足したものである。『ブラック・レイン』での反省も踏まえつつ、大阪で撮影が行われることによるビジネス機会の創出や経済効果、大阪への集客力強化などをねらっ

て、大阪府内の自治体や企業などの協力を得ながら撮影誘致や協力・支援などに取り組んだ結果、民間企業の協力体制も整い、専門窓口を設けて撮影に応じる鉄道会社も存在する。近畿日本鉄道に2011年4月発足した「近鉄ロケーションサービス」は映像撮影で電車や駅、近鉄グループのテーマパーク、ホテルといった関連施設でのロケに協力している⁴³⁾。『追捕 ManHunt』の公式ホームページにおいても、近鉄グループの宣伝をかねているような、撮影地のロケーションマップが作成されている⁴⁴⁾。映画において舞台となった、ハルカス300やてんしば、近鉄百貨店上本町店、上本町 YUFURA、シェラトン都ホテル大阪等の近鉄グループの施設のサイトにリンクが張り付けられていることから、映画を見た観客に宣伝効果を期待しているのではないかと考えられる。

第二に、行政と市民の乖離が存在することが指摘できる。ファンによっておこなわれる聖地巡礼による観光行動には限界があり、地域住民の自助努力が必要である。近年では、若年層がマーケットの中心となるため、行政や企業でアニメを観光振興や地域振興に資する議論がされてきており、アニメに対しての偏見が少なくなってきた。だが、聖地としてロケ地やゆかりの地に旅行者が訪れているが、地域側として対応していない事例として『最終兵器彼女』の舞台となった小樽の例がある⁴⁵⁾。作品が完結してから10年以上経つが、ロケ地を巡礼するファンが存在するが、具体的にまちづくりの動きにはつながっていない。しかし、地域住民にとっては観光資源の本質について考える必要がある。聖地巡礼によって訪れた旅行者からの学びを通して、自分たちが持っている歴史や文化、自然、スポット等の資源の価値を再認識、再評価するところにある。旅行者との交流を通して、こうした認識はさらに強まり、地域に対する誇りが生まれる。

第三にコンテンツ(作品)には賞味期限が少なからず存在し、コンテンツツーリズムの旅行動機には限界があることである。継続的な町おこしのイベントを開催するなどして、そのブームに一過性とならないように工夫しているとはいえ、やはり一過性のブームであり、作品として賞味期限は存在する。そうした意味では一つのコンテンツに依存するのではなく、複数のコンテンツとともに活性化をおこなったり、あるいは持続性の高いコンテンツを誘致していくことが重要になってくることが指摘できる。

4：おわりに

このようにコンテンツツーリズムを活用することは地域の認知度を向上させ、地域の新たな観光資源となることで、これまで観光地化されていない場所を新たな観光地へとする可能性があることを概観してきた。しかし一方で、課題としては製作者、ファン、地域住民、行政といったさまざまな思いが交差することで、乖離が生まれたり、また作品にはブームがあり、コンテンツツーリズムの対象となるコンテンツの一過性、といった諸課題があることを指摘してきた。コンテンツツーリズムを通して外部の人から地域の魅力を発見し、地域住民、行政が地域の魅力を再発見することで、新たな取り組みをおこなうことができ、地域活性化につながる可能性を秘めているのではないかと考える。本稿ではコンテンツツーリズムの現状と課題を述べてきたが、今後は、コンテンツツーリズムを考えるうえで重要である、1981年から2002年の21

年間をかけて放送された『北の国から』について取り上げていきたい。富良野地域に関する研究は、観光地としての重要性や知名度に比べて研究事例が多いとはいえない。しかし、この作品は30年近く前の作品が挙げられている点で、地域と結びついたコンテンツ、地域の観光情報の一つとして比較的長い期間記憶され、観光行動に結びつくイメージとして形成されてきた。コンテンツツーリズムにおいて考えるうえで、その定義や地域に与えてきた影響を考えると非常に重要な作品ではないだろうかと考え、富良野市を中心とした富良野地域(富良野市、上富良野町、中富良野町、南富良野町、美瑛町、占冠村)を対象とした調査研究をおこなっている。そのことは、3章のコンテンツツーリズムの課題の第三の視点として言及した「賞味期限」や持続性について検討していく上でも重要な意義を持つものと考え。観光、地域振興のあり方について富良野地域を地理学的な視点から調査、考察をおこなうことを今後の課題とし、次稿に期したい。

【付記】本稿が対象としたコンテンツツーリズムに関する先行研究のうち、2019年発行のものに関しては一部を除き注・参考文献リスト中ならびに本稿でのサーヴェイを行えなかった。当該研究テーマは観光学を中心として研究事例数が多い領域のため、ここに記すとともに次稿にて取り上げていく予定である。

(みわ しゅうか 本学大学院国際社会システム研究科国際社会システム専攻修士課程1年・あまのたろう 本学現代社会学部社会システム学科 教授)

注

- 1) 新潟県十日町市の山間部にある池谷集落。6世帯13名という廃村寸前の限界集落から11世帯23名まで盛り返し限界集落から脱却していった。
- 2) 石川県羽咋市は「UFOのまち」と呼ばれている。江戸時代の頃から羽咋市では、空飛ぶ円盤が目撃されていたという伝承が残っているため。そのことを観光資源として観光客を呼び込んでいる。
- 3) 埼玉県鷲宮町は2010年3月より埼玉県久喜市に合併された。
- 4) 増淵敏行「コンテンツツーリズムの発展的研究——『北の国から』再考」法政大学地域研究センター、2010、地域イノベーション第3号、45-53頁
- 5) 小柄でアニメやゲームが大好きな、オタクな女子高生泉こなたと、その友人でゆったりとした性格の柊つかさ、つかさの双子の姉でしっかり者でツッコミ役の柊かがみ、容姿端麗で博識ながら天然なところがある高良みゆきの4人を中心として、その周囲の人々も含めたまったりとした普段の生活を描いている。
- 6) 角川書店ブランドカンパニー
- 7) 登場人物の一人が神社の巫女をやっている。
- 8) 増淵敏之『物語を旅するひとびと——コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社、2010、11頁
- 9) 嘉幡貴至「アニメ聖地巡礼の動機形成と情報探索行動に関する研究——実践的アプローチの提案」北海道大学観光学高等研究センター、CATS叢書、2010、第4巻、110-114頁
- 10) 岡本健「コンテンツツーリズム研究の枠組みと可能性」北海道大学観光学高等研究センター、CATS叢書、2012、第7巻、11-40頁
- 11) 山村高淑「コンテンツ・ツーリズムの可能性と課題——キャラクターを地域で活用する際のいくつかの重要な論点」都道府県展望、2013、654号、7-12頁
- 12) 1953年公開。オードリー・ヘップバーン扮するある国の王女アンとグレゴリー・ペック扮するアメリカ人の新聞記者ジョー・ブラッドレーがローマで繰り広げられる短い恋の物語である。
- 13) サンタ・マリア・イン・コスメディン教会の外壁、教会の正面の柱廊下の奥に取り付けられている。設置されたのは1632年で、もともとは古代ローマ時代のマンホールの蓋だったといわれている。嘘や偽りの心を

持つ人間が手を入れると、噛み切られてしまうという伝説がある。

- 14) スペイン階段に腰をかける観光客が多かったため、飲食だけでなく座ることもローマ市は禁止した。
『ローマの休日』で、主演のオードリー・ヘプバーンが階段に腰をかけ、ジェラートを食べる映画のワンシーンを、観光客が追体験することができなくなった。
朝日新聞 DIGITAL, 2019年8月8日「ローマの休日気分冷や水 スペイン広場、座るのも禁止」<<https://www.asahi.com/articles/ASM881D2MM87UHB1034.html>>2019年10月1日アクセス
- 15) 1952年と1954年の2度にわたり、映画化された壺井栄の『二十四の瞳』など。
- 16) 酒井亨, 越田久文, 吉田一誠, 「アニメ映像の視覚的演出手法とその舞台地への集客に関する試論——「花咲くいろは」と湯涌温泉を例にして」金沢学院大学紀要, 文学・美術・社会学編 金沢学院大学紀要, 2014, 文学・美術・社会学編12号, 73-83頁
- 17) 国土交通省総合政策局観光地域振興課, 経済産業省商務情報政策局文化情報関連産業課, 文化庁文化部芸術文化課「映像等コンテンツ制作・活用による地域振興のあり方に関する調査報告書」, 平成17年3月
- 18) 国土交通省, 観光立国推進基本計画, 平成19年6月, 55頁
- 19) 山村高淑「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究——アニメ作品『らき☆すた』による埼玉県鷲宮町の旅行誘致に関する一考察」国際広報メディア・観光学ジャーナル, 2008, 第7号, 145-164頁
- 20) 増淵敏之『物語を旅するひとびと——コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社, 2010, 25頁
- 21) 2016年8月26日公開。
- 22) 2019年9月10日時点での国内での興行収入ランキング。興行通信社調べ。
- 23) 岡本健「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」観光学高等研究センター叢書, 2009, 31-61頁
- 24) 牧和生「コンテンツツーリズムへの批判と展望」九州国際大学現代ビジネス学会, 九州国際大学国際・経済論集3号, 2019, 99-120頁
- 25) 2016年9月17日に全国公開された。製作は京都アニメーションが担当。主人公の聴覚障がいである西宮硝子とガキ大将の石田将也。一人の少年が、少女を、周りの人たちを、そして自分を受け入れようとする物語。作中の舞台は架空のものだが、岐阜県大垣市をモデルとする風景が多くみられる。
- 26) 武田綾乃による日本の小説シリーズ。宝島社文庫によって刊行されている。2015年4月より京都アニメーションによって製作された。京都府宇治市が主な舞台となっているが舞台設定はあくまで架空の物である。
- 27) 日本のアニメ制作会社。『涼宮ハルヒの憂鬱』『けいおん!』『らき☆すた』などの日常を舞台とした作品が立て続けに社会現象となるブームを引き起こした。
- 28) 作者は谷川流。涼宮ハルヒを中心とした周りに、キョンという主人公が振り回されながら、ドタバタと進んでいく物語。
- 29) 2019年9月20日公開。
- 30) 『千と千尋の神隠し』の架空の舞台である油屋は、愛媛県松山市にある道後温泉や台湾の九份にある阿妹茶酒館という説があるが、宮崎駿監督は言及していない。
- 31) 『耳をすませば』はスタジオジブリの作品であり、東京の聖蹟桜ヶ丘を中心にロケ地となっている。
- 32) 須賀神社の階段、飛騨市図書館に「聖地巡礼をおこなう」ファンが殺到した。
- 33) 1962年から1970年にかけて活動したジョン・レノン、ポール・マッカートニー、ジョージ・ハリスン、リング・スターという4人のメンバーから構成されたイギリス・リヴァプール出身のロックバンド。20世紀を代表するアーティストの一つである。
- 34) 村木伊織「ミュージックビデオの聖地巡礼に関する研究：SKE48「羽豆岬」を事例として」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻 文化資源デザイン研究室, 2012, コンテンツツーリズム論叢1巻, 104-109頁
- 35) 前掲注34)
- 36) コンテンツツーリズムによる地域活性化の事例として、鳥取県境港市の「水木しげるロード」、宮城県白石市の「戦国BASARA」でまちおこしなどがあげられる。
- 37) 前掲注19)
- 38) 大谷尚之, 松本淳, 山村高淑『コンテンツが拓く地域の可能性 コンテンツ制作者・地域社会・ファンの

三方良しをかなえるアニメ聖地巡礼』同文館出版, 2019, 2-24頁

- 39) 中谷哲也「フィルム・ツーリズムに関する一考察「観光地イメージ」の構築と観光経験をめぐって」奈良県立大学研究季報, 奈良県立大学研究季報, 2007, 第18巻, 第1-2巻, 41-56頁
- 40) 監督はスコット。豪華な日本人キャストで話題となった。劇場映画作品としては松田優作の遺作である。監督はリドリー・スコット, 出演はマイケル・ダグラスとアンディ・ガルシアなど。
- 41) 世界的映画監督ジョン・ウーが2018年2月9日に『追捕 ManHunt』という映画の舞台が大阪である。
- 42) 「ブラック・レイン」の汚名返上なるか? 福山主演のJ・ウー最新作で問われる大阪ロケの「おもてなし」度, 産経WEST, 2016年6月1日, <https://www.sankei.com/west/news/160601/wst1606010003-n2.html>, 2019年10月5日参照
- 43) 前掲注42)
- 44) 映画『マンハント』ロケ地マップ, KINTETSU GROUP HOLDINGS, <https://www.kintetsu-g-hd.co.jp/location/manhunt.html>, 2019年10月17日参照
- 45) 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興——まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発方法』一般社団法人地域発新力研究支援センター/PARUBOOKS, 2019, 34頁

参考文献

- 倉本聰監修富良野クリエティブシンジケート編『「北の国から」ガイドブック』フジテレビ出版, 1996
- 片山明久「コンテンツツーリズムに対する観光学的考察——旅行者による「ものがたり」の創造」同志社政策科学研究/同志社大学大学院総合政策科学会編集委員会編, 同志社大学大学院総合政策科学研究科総合政策科学会, 1999, 第1巻, 19-26頁
- 前田勇『21世紀の観光学』学分社, 2003
- 筒井隆志「コンテンツツーリズムの新たな方向性——地域活性化の手法として」経済のプリズム/参議院事務局企画調整室編第110号, 参議院事務局企画調整室, 2005, 10-24頁
- 長谷川文雄, 福富忠和『コンテンツ学』世界思想社, 2007
- 中谷哲弥「フィルムツーリズムに関する一考察——「観光地イメージ」の構築と観光体験をめぐって」奈良県立大学研究季/奈良県立大学編第18巻, 奈良県立大学, 2007, 41-56頁
- 岡本健「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討——聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」北海道大学観光学高等研究センター, 観光創造研究 No.2, 2008, 1-18頁
- 山村高淑「アニメ聖地の成立とその展開に関する研究——アニメ作品「らき☆すた」による埼玉県鷲宮町の旅客誘致に関する一考察」国際広報メディア・観光学ジャーナル第7号, 2008, 145-164頁
- 石川美澄「マンガ「こちら葛飾区亀有公園前派出所」に描かれる旅行動向に関する考察(その1)——研究手法確立に向けた予備調査」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻文化資源マネジメント研究室, 北海道大学文化資源マネジメント論集4巻, 2008, 1-7頁
- 増淵敏之「コンテンツツーリズムとその現状」法政大学地域研究センター, 2009, 地域イノベーション1巻, 33-40頁
- 岡本健「アニメ聖地巡礼の誕生と展開」北海道大学観光学高等研究センター, CATS 叢書: 観光学高等研究センター叢書1巻, 2009, 31-62頁
- 元田結花, 工藤康彦, 城山英明, 加藤浩徳, 辻宣行「地方自治体の持続可能性に関する関係アクターの問題構造認識——北海道富良野市を事例として」社会技術研究論文集第6巻, 社会技術研究会, 2009, 124-146頁
- 山村高淑「観光革命と21世紀——アニメ聖地巡礼型まちづくりに見るツーリズムの現代的意義と可能性」CATS 叢書第1号, 2009, 3-28頁
- 内田純一「フィルム・インスパイアード・ツーリズム——映画による観光創出から地域イノベーションまで」CATS 叢書第1号, 2009, 115-125頁
- 片桐資津子「準限界集落化する存続集落の統廃合の困難——超高齢時代のへき地保育所と教育機関の地域社会研究」北海道社会学会, 現代社会学研究22巻, 2009, 17-33頁
- 増淵敏之『物語を旅するひとびと コンテンツ・ツーリズムとは何か』彩流社, 2010

- 山村順次『観光地理学——観光地域の形成と課題』同文館出版, 2010
- 岡本健「コンテンツツーリズムにおけるホスピタリティマネジメント——土師祭「らき☆すた神輿」を事例として」日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌 HOSPITALITY 第22号, 日本ホスピタリティ・マネジメント学会第18号, 2010, 165-174頁
- 木村めぐみ「フィルムツーリズムからロケーションツーリズムへ——メディアが生み出した新たな文化」名古屋大学大学院国際言語文化研究科, メディアと社会 2 巻, 2010, 113-128頁
- 嘉幡貴至「アニメ聖地巡礼の動機形成と情報探索行動に関する研究——実験的アプローチの提案」北海道大学観光学高等研究センター, CATS 叢書 4 巻, 2010, 110-114頁,
- 増淵敏之『物語を旅するひとびとⅡ——ご当地ソングの歩き方』彩流社, 2011
- 安村克己, 堀野正人, 遠藤英樹, 寺岡伸悟『よくわかる観光社会学』ミネルヴァ書房, 2011
- 山下晋司『観光学キーワード』有斐閣双書, 2011
- 増淵敏之「コンテンツツーリズムの発展的研究——『北の国から』再考」法政大学地域研究センター, 地域イノベーション第3号, 2011, 45-53頁
- 岡本健「コンテンツツーリズムにおけるホスピタリティマネジメント——土師祭「らき☆すた神輿」を事例として」日本ホスピタリティ・マネジメント学会誌 HOSPITALITY 第18号, 日本ホスピタリティ・マネジメント学会, 2011, 165-174頁
- 木村めぐみ「映画撮影地における観光現象の可能性に関する一考察——撮影地関連情報に焦点を当てて」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻 文化資源デザイン研究室, 2011, コンテンツツーリズム研究 2 巻, 1-16頁
- 内藤登世一「富良野自然塾の環境教育——体験学習の実践」京都学園大学人間文化研究, 2011, 京都学園大学人間文化学会紀要27巻, 76-61頁
- 山崎亮『コミュニティデザインの時代』中央公論新社, 2012
- 日本観光振興協会『持続可能な観光振興に向けて, 今後の課題とは? 地域観光協会「観光まちづくり」実態調査』REGION, 2012
- 山村高淑「自治体・アニメタイアップの先進例——TV 放映前から連携, 官民一体で推進委: 千葉県鴨川市」日経グローバル, 2012, 196: 78-79頁
- 岡本健「コンテンツツーリズム研究の枠組みと可能性」北海道大学観光学高等研究センター, 2012, CATS 叢書第7号, 11-40頁
- 村木伊織「ミュージックビデオの聖地巡礼に関する研究——SKE48「羽豆岬」を事例として」北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 観光創造専攻 文化資源デザイン研究室, 2012, コンテンツツーリズム論叢 1 巻, 104-109頁
- 山村高淑「相次ぐ仕掛けでオタク層取り込む——コンテンツツーリズムの成功例に: 埼玉県久喜市鷺宮(旧鷺宮町)」日本経済新聞社, 日経グローバル194号, 2012, 50-51頁,
- 山村高淑「コンテンツ・ツーリズムの可能性と課題——キャラクターやストーリーを地域で活用する際のいくつかの重要な論点」都道府県展望, 654号, 2013, 7-12頁
- 筒井隆志「コンテンツツーリズムの新たな方向性——地域活性化の手法として」経済プリズム No.110, 2013, 10-24頁
- 谷口守『都市機能とまちづくりの考え方』森北出版株式会社, 2014
- 増淵敏之『物語を旅するひとびと——コンテンツツーリズムとしての文学巡り Ⅲ』彩流社, 2014
- 増淵敏之・溝尾良隆・安田亘宏・中村忠司・橋本英重・岩崎達也・吉口克利・浅田ますみ『コンテンツツーリズム入門』古今書院, 2014
- ガルパン取材班『ガルパンの秘密——美少女戦車アニメのファンはなぜ大洗に集うのか』廣済堂出版, 2014
- 酒井亨, 越田久文, 吉田一誠, 「アニメ映像の視覚的演出手法とその舞台地への集客に関する試論——「花咲くいろは」と湯涌温泉を例にして」金沢学院大学紀要, 文学・美術・社会学編 金沢学院大学紀要, 文学・美術・社会学編12号, 2014, 73-83頁
- 柊和佑「再生環境に注目した地域情報資源デジタルアーカイブシステム——地域振興コンテンツの基盤とし

- て」稚内北星学園大学情報メディア学部情報メディア学科，研究報告情報基礎とアクセス技術(IFAT)3号，2014，1-7頁
- 岡本健『コンテンツツーリズム研究——情報社会の観光行動と地域振興』稲村出版，2015
- 安田亘宏「日本のシネマツーリズムの変遷と現状」西武文理大学サービス経営学部研究紀要/西武文理大学サービス経営学部紀要編集委員会編第26号，西武文理大学，2015，65-84頁
- 濱満久，上田幸則「地域ブランド構築のマネジメント」名古屋学院大学総合研究所，名古屋学院大学論集社会科学篇52巻，2015，5-85頁
- とうほう地域総合研究所「大河ドラマ後の観光動向について——「八重の桜」後の福島観光を考える」福島の進路390号，2015，9-21頁
- 岡本健，遠藤秀樹編『メディア・コンテンツ論』ナカニシヤ出版，2016
- 関西学院大学産業研究所編『航空競争と空港民営化——アビエーション・ビジネスの最前線』関西学院大学出版会，2016
- 酒井享『アニメが地方を救う!?——「聖地巡礼」の経済効果を考える』大日本印刷，2016
- 岩下千恵子「国際的な研究の潮流から見たコンテンツ・ツーリズム研究の課題」北海道大学観光学高等研究センター，CATS叢書8巻，2016，111-135頁，
- 田島悠来「NHK 朝の連続テレビ小説『あまちゃん』の久慈市における需要」評論・社会科学116号，同志社大学人文学会，2016，15-40頁
- 周藤真也「アニメ「聖地巡礼」と「観光のまなざし」——アニメ『氷菓』と高山の事例を中心に」早稲田大学社会科学学会，早稲田社会科学総合研究16巻，2016，51-71頁，
- 山村高淑「趣旨説明と問題提起——コンテンツ・ツーリズム研究の課題と可能性」CATS叢書第8巻，北海道大学観光学高等研究センター，2016，1-16頁
- 玉井建也「物語文化と歴史イメージ，コンテンツツーリズム」学習院大学東洋文化研究所，東洋文化研究18巻，2016，57-80頁
- 秋山義継『地域振興論——新しいまちづくりの実践』創成社，2017
- 田所承己『場所のでつながる/場所とつながる——移動する時代のクリエイティブなまちづくり』弘文堂，2017
- 藤稿亜矢子『サステナブルツーリズム——地球の持続可能性の視点から』晃洋書房，2017
- デービット・アトキンソン『新・観光立国論【実践編】世界一訪れたい日本のつくりかた』ベクトル印刷，2017
- 小野坂知子「和歌からみたコンテンツ・ツーリズムの枠組み——歌枕の類型表現と旅の形成過程に注目して」お茶の水女子大学，お茶の水地理56巻，2017，39-48頁，
- 増淵敏之『ローカルコンテンツと地域再生——観光創出から産業振興へ』水曜社，2018
- 九島納，土井裕希，石坂真実編『アニメ聖地88Walker』大日本印刷，2018
- 周藤真也「ツーリストとは誰か？——「観光のまなざし」論の展開に向けて——」早稲田大学社会科学学会，早稲田社会科学総合研究18巻，2018，1-10頁
- 楠見孝，米田英嗣「「聖地巡礼」行動と作品への没入感——アニメ，ドラマ，映画，小説の比較調査」コンテンツツーリズム学会論文集，2018，2-11頁
- 工藤英男「富良野における産業と観光の事例」学校法人天満学園太成学院大学，太成学院大学紀要第20巻，2018，219-224頁
- 後藤英之「コンテンツツーリズムにおける経済波及効果とサステナビリティ」小樽商科大学，商学討究69巻，2018，97-110頁
- 押谷一，松本懿，深澤史樹「北海道・ニセコ町におけるまちづくりに関する分析・再評価」生活経済学会，生活経済学研究48巻，2018，99-114頁
- 舩谷鋭「観光研究としての文学散歩」立教大学観光学部，立教大学観光学部紀要第20号，2018，95-99頁
- 小木曾洋司『協同による社会デザイン』日本経済評論社，2019
- 寛裕介『持続可能な地域のつくり方——未来を育む「人と経済の生態系」のデザイン』英治出版，2019
- 山村高淑『アニメ・マンガで地域振興——まちのファンを生むコンテンツツーリズム開発方法』一般社団法人

地域発新力研究支援センター/PARUBOOKS, 2019

国土交通政策研究所「持続可能な観光政策のあり方に関する調査研究(概要)」国土交通省, 平成30年4月

牧和生「コンテンツツーリズムへの批判と展望」九州国際大学現代ビジネス学会, 九州国際大学国際・経済論
集3号, 2019, 99-120頁

Keywords : コンテンツツーリズム, 地域活性化, 観光資源, 聖地